

Moderate Dai in the Era of Digitalization; Challenges and Eth-ics of Preaching on Social-Media According to Islam and Local Wisdom

Moderat di Era Digitalisasi; Tantangan dan Etika Berdakwah di Media Sosial Menurut Pandangan Islam dan Kearifan Lokal

Hilmi Ridho^{1*}, Afif Sabil²

¹UIN Sunan Kalijaga, Indonesia

²Universitas Ibrahimy, Indonesia

Article Information:

Received : Oct 31, 2023

Revised : Nov 20, 2023

Accepted : Des 10, 2023

Keywords:

Moderate Preacher, social Media, Ethics, Local Wisdom.

*Correspondence Address:

hilmiridho1996@gmail.com

Abstract: The purpose of this study is to examine the extent of the prob-blems and challenges of da'wah in social media, given the rapid advancement of technology and information, of course, da'wah will certainly experience new transformations and chal-lenges by the times. Nowadays, the phenomenon of proselyt-izing through social media has become a demand and trend in itself. One of its advantages is that the Internet network can penetrate the boundaries of space and time. However, its ex-istence also raises pros and cons among the community. In reality, all da'wah content on social media is not acceptable, and it often reaps controversy, causes polemics, and triggers conflict. For example, political da'wah that contains hate speech, economic da'wah that contains elements of forced alms, business da'wah that aims to promote a product, and so on. This research is a literature review that adopts mostly quali-tative research techniques. The main data sources are scien-tific literature studies in the form of books, yellow books, and journals that discuss challenges and ethical values in preach-ing on social media. In addition, it wants to know how the eth-ics of a preacher on social media should be in delivering his da'wah material, both to the people present and netizens in the view of Islam and local wisdom.

Abstrak: Tujuan penelitian ini ingin mengkaji sejauh mana problem dan tantangan dakwah di media sosial, mengingat semakin pesatnya kemajuan teknologi dan informasi, tentu dakwah pasti akan mengalami tarnsformasi dan tantangan baru sesuai dengan perkembangan zaman. Dewasa ini fenomena dakwah melalui media sosial sudah menjadi sebuah tuntutan dan tren tersendiri. Salah satu kelebihanannya karena jaringan internet bisa menembus batas ruang dan waktu. Namun, Keberadaannya juga menimbulkan pro-kontra di kalangan masyarakat. Realitanya, semua konten dakwah yang ada di media sosial tidak semuanya dapat diterima, bahkan sering menuai kontroversi, menimbulkan polemik, hingga memicu konflik. Misalnya, dakwah politik yang mengandung ujaran

kebencian, dakwah ekonomi yang memuat unsur pemaksaan sedekah, dakwah bisnis yang bertujuan mempromosikan sebuah produk, dan lain sebagainya. Penelitian ini merupakan kajian pustaka yang mengadopsi sebagian besar teknik penelitian kualitatif. Sumber data utamanya adalah kajian literatur ilmiah berupa buku, kitab kuning, dan jurnal yang membahas tentang tantangan dan nilai-nilai etika dalam berdakwah di media sosial. Selain itu, ingin mengetahui bagaimana seharusnya etika seorang pendakwah di media sosial dalam menyampaikan materi dakwahnya, baik kepada masyarakat yang hadir dan netizen dalam pandangan Islam dan kearifan lokal.

Pendahuluan

Secara konvensional, dakwah sering kali hanya dipahami sebagai amanah yang melekat pada seorang ustaz, kiai, dan ulama yang menyampaikan ajaran Islam secara lisan di atas mimbar.¹ Padahal, perintah dakwah sejatinya merupakan kewajiban personal yang mengikat setiap muslim di manapun ia berada sesuai dengan posisi dan kapasitasnya.² Seorang ulama berdakwah melalui jalan perjuangannya, seorang ustaz, guru, dan dosen berdakwah dengan ilmunya, seorang penguasa berdakwah dengan kekuasaannya, seorang pedagang dan petani berdakwah dengan profesinya.³ Dakwah semacam ini diorientasikan sebagai upaya mewujudkan karakter umat Islam yang lebih baik dan bermartabat dihadapan manusia dan Tuhannya.⁴

Tujuan lain dari dakwah adalah melakukan transformasi sosial demi kepentingan manusia itu sendiri.⁵ Untuk melakukan transformasi tersebut maka dibutuhkan sebuah pola dan konstruksi dakwah, baik pendekatan, strategi, metodologi, dan medianya sesuai dengan perkembangan zaman dan perubahan kondisi masyarakat. Sehingga seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi, aktivitas dakwah Islam mulai bergeser dari realitas nyata ke dunia maya, dari

¹ Acep Aripuddin, *Pengembangan Metode Dakwah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), p. 4.

² Khoiruddin, 'Aktualisasi Dakwah Dalam Perspektif Transformasi Sosial', *Al-Misbah*, 8.1 (2012), 123–34 (p. 124).

³ Ridwan Rustandi, 'Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam', *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3.2 (2019), 84–95 (p. 85) <<https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>>.

⁴ Syaifuddin and Moh. Ali Aziz, 'Dakwah Moderat Pendakwah Nahdlatul Ulama (Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah)', *Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 15.1 (2020), 1–18 (p. 3) <<https://doi.org/https://doi.org/10.24952/hik.v15i1.3248>>.

⁵ Asep Muhyiddin and Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), p. 72.

media konvensional ke platform digital.⁶ Maka tidak heran jika saat ini para pendakwah menggunakan media sosial sebagai metode dan media dakwah yang lebih efektif dan komunikatif.⁷ Mereka memanfaatkan Youtube, Facebook, Instagram, dan media sosial lainnya untuk menyebarkan konten-konten dakwah yang bermuatan islami.⁸

Keberadaan media sosial sebagai media dakwah tidak selamanya mengandung nilai-nilai positif, melainkan juga menimbulkan problem yang bisa memicu pro-kontra di tengah-tengah masyarakat.⁹ Sekurang-kurangnya ada dua persoalan urgen terkait dakwah melalui media sosial, yaitu; *pertama*, seorang dai terkadang tidak bisa memilah materi mana yang layak dan tidak pantas untuk disampaikan pada publik yang dapat menimbulkan perselisihan di antara mereka. *Kedua*, sering kali audiens tidak dapat memahami konten dan menelan mentah-mentah materi dakwah yang berpotensi keliru dalam memahami pesan-pesan dakwah yang disampaikan.¹⁰

Fakta di atas menunjukkan bahwa semua konten dakwah yang ada di media sosial tidak semuanya dapat diterima, bahkan sering kali menuai kontroversi, menimbulkan polemik, hingga memicu konflik.¹¹ Contoh dakwah politik yang bermuatan ujaran-ujaran kebencian terhadap rezim di Indonesia,¹² dakwah ekonomi yang di dalamnya mengandung unsur pemaksaan sedekah kepada

⁶ Sony Tian Dhora and others, 'Dakwah Islam Di Era Digital: Budaya Baru "e-Jihad" Atau Latah Bersosial Media', *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17.1 (2023), 306–20 (p. 309) <<https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>>.

⁷ Afidatul Asmar, 'Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru Dan Dakwah', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40.1 (2020), 54–64 (pp. 62–63) <<https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>>.

⁸ Aan Mohamad Burhanudin, Yayah Nurhidayah, and Ulfa Chaerunisa, 'Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender)', *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10.2 (2019), 236–46 (p. 238) <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v10i2.5658>>.

⁹ Erwin Jusuf Thaib, 'Problems of Social Media in Gorontalo City Communities', *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 13.1 (2019), 37–53 (pp. 37–38) <<https://doi.org/10.15575/idaajhs.v12i1.4412>>.

¹⁰ Mastori and Athoillah Islamy, 'Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial', *Komunikasia: Journal of Islamic Communication & Broadcasting*, 1.1 (2021), 1–18 (p. 2).

¹¹ Faisal Muzzammil, 'Moderasi Dakwah Di Era Disrupsi (Studi Tentang Dakwah Moderat Di Youtube)', *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15.2 (2021), 109–29 (p. 110) <<https://doi.org/10.38075/tp.v15i2.175>>.

¹² Muhammad Qothafi, 'Hate Speech Dalam Konten Dakwah Gus Nur Di Youtube Munjiat Channel' (Skripsi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Wali Songo, Semarang, 2022), p. 60. Lihat Juga: Rizky Nur Lilis Rochmatin, 'Ujaran Kebencian Dalam Ceramah Habib Bahar Bin Smith Di Media Sosial Youtube Perspektif Neopragmatisme Richard Rorty' (Skripsi, Studi Akidah dan Filsafat, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019), p. 63.

orang-orang yang hadir di majelis tersebut, dakwah bisnis yang dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah produk yang dibungkus dengan agama, dan dakwah lainnya yang mengandung kontroversial.¹³ Inilah perbedaan dakwah melalui media sosial dengan dakwah di media konvensional zaman dahulu. Penyebaran beritanya sangat cepat, sementara para pendengarnya dari berbagai golongan yang tidak sepenuhnya memahami konteks dakwah. Sehingga para dai saat ini dituntut untuk bisa memahami audiens dan memaparkan materinya sesuai dengan situasi dan kondisinya.¹⁴

Sepatutnya seorang pendakwah menyampaikan ajaran Islam yang mengandung nilai-nilai moderasi,¹⁵ sebab Islam merupakan agama yang selalu mengajarkan kedamaian, toleransi, keteduhan, dan kesejukan.¹⁶ Di samping itu, pendakwah juga menjadi panutan bagi masyarakat, sehingga harus memberikan teladan yang baik bagi pengikutnya.¹⁷ Sebaiknya dakwah yang disampaikan harus bersifat persuasif yaitu membujuk secara halus, merangkul bukan memukul, mengajak bukan mengejek, mengasihi bukan diskriminasi, dan menasehati bukan intimidasi.¹⁸

Dakwah moderat sejatinya merupakan ciri khas dari ajaran *Ahlus Sunnah Wal Jamaah* yang menjadi kelompok mayoritas di dunia. Sebagai pemegang estafet moderat, golongan tersebut memiliki tiga karakteristik, antara lain; toleran, seimbang, dan adil.¹⁹ Dakwah moderat semacam ini juga bisa dilakukan di dunia virtual dengan menunjukkan watak moderasi yang sesungguhnya, yaitu tidak

¹³ Yosieana Duli Deslima, 'Kontroversi Komunikasi Dakwah Ustadz Yusuf Mansur Tentang Sedekah Di Media Youtube' (Tesis, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2023), p. 112.

¹⁴ Imron Rosyidi, Zaenal Mukarom, and Rif'at Fatkhurrohman Jaelani, 'Social Media Da'wah Literacy on the West Java Saber Hoaks Program', *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 15.1 (2021), 81–102 (pp. 81–102) <<https://doi.org/10.15575/idaajhs.v15i1.12596>>.

¹⁵ Fitri Rahmawati, 'Konsep Dakwah Moderat: Tinjauan Ummatan Wasathan Dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah:143', *Studia Quranika*, 6.1 (2021), 51–67 (p. 66) <<https://doi.org/10.21111/studiquran.v6i1.5570>>.

¹⁶ Hilmi Ridho, 'Membangun Toleransi Beragama Berlandaskan Konsep Moderasi Dalam Al-Qur'an Dan Pancasila', *An-Natiq: Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 1.1 (2021), 92–105 (p. 104) <<https://doi.org/https://doi.org/10.33474/an-natiq.v1i1.9069>>.

¹⁷ Christina Schori Liang, 'Cyber Jihad: Understanding and Countering Islamic State Propaganda', *GCSP Policy Paper*, 2.4 (2015), 1–12 (p. 11).

¹⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2015), p. 10.

¹⁹ Zakiya Darajat, 'Muhammadiyah Dan NU: Penjaga Moderatisme Islam Di Indonesia', *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 1.1 (2017), 79–94 (p. 79) <<https://doi.org/10.21009/hayula.001.1.05>>.

mengedepankan sikap radikal dan liberal. Dua sikap ini bisa dilihat dari caranya seorang dai memberikan putusan hukum dan nasehat kepada audiens. Bila seorang dai sering mencaci, memprovokasi, dan mengkafirkan amaliah suatu kelompok, maka ia tergolong dai radikal. Sebaliknya, jika dakwahnya lebih banyak mengarah kepada menghalalkan dan cenderung membolehkan sesuatu yang dilarang oleh syariat, maka ia termasuk kelompok liberal.²⁰

Berbagai problem empirik di atas merupakan tantangan dakwah di media sosial dan menuntut kesadaran para dai untuk memiliki nilai-nilai etik dalam berdakwah, agar tidak memicu kegaduhan di ranah publik. Persoalan ini bisa menimbulkan dampak negatif bagi masa depan dakwah Islam di era digitalisasi. Salah satunya masyarakat tidak akan lagi simpatik terhadap model-model dakwah yang ada di dunia maya. Bahkan, para pendakwah akan kehilangan martabatnya dan kesempatan strategis dalam berdakwah ditengah-tengah perkembangan arus digital yang ada.²¹ Oleh karena itu, sudah saatnya para cendekiawan muslim dan penerus perjuangan ulama tampil ke permukaan media sosial untuk meredam para dai yang beraliran radikal dan liberal.

Untuk mengimbangi kedua dai di atas, dibutuhkan dai dengan karakter moderat yang memiliki pola pikir dan perilaku *tawasuth*, *ta'adul*, dan *tawazun*, sehingga lahirlah dakwah moderat yang menyejukkan umat Islam.²² Moderasi dakwah sudah menjadi sebuah keharusan di era saat ini, sebagai upaya dalam menyongsong peradaban baru. Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa dakwah tidak boleh hanya menggunakan cara-cara konvensional semata, melainkan harus dinamis, progresif, dan penuh inovasi. Para dai perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang lebih bumi dan dapat membawa kemaslahatan umat, dengan mengemas dakwah menjadi lebih manusiawi, dialogis, dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Jika dakwah semacam

²⁰ Seyed Ebrahim Hosseini, Abdollatif Ahmadi Ramchahi, and Raja Jamilah Raja Yusuf, 'The Impact of Information Technology on Islamic Behaviour', *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 1.5 (2014), 135–41 (p. 135). Lihat juga: Hilmi Ridho and Afif Sabil, 'Jihad In The Name Of God; An Examination Of The World's Religious Fundamentalism and Radicalism Movement', *An-Natiq; Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 3.2 (2023), 110–20 <<https://doi.org/10.33474/an-natiq.v3i2.19729>>.

²¹ Efa Rubawati, 'Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah', *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2.1 (2018), 126–42 (p. 136) <<https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.510>>.

²² Afifuddin Muhajir, *Membangun Nalar Islam Moderat: Kajian Metodologis* (Situbondo: Tanwirul Afkar, 2018), p. 5.

ini yang disampaikan, maka hakikatnya inilah dakwah moderat yang bernuansa kearifan lokal.

Sebagai pendukung, penulis akan memaparkan beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, antara lain; *pertama*, penelitian A. Rafik dengan tema “Problematika Dakwah di Dunia Maya”. Penelitian ini menghasilkan sebuah simpulan bahwa internet dinilai sangat efektif dan potensial digunakan sebagai media dakwah, sebab di dalamnya terdapat informasi dan data yang semuanya bisa memudahkan umat Islam untuk menyiarkan pesan-pesan Islam. Keberhasilan dakwah di dunia maya tergantung pada kemampuan seorang dai dalam memanfaatkan dan memaksimalkan peluang serta kemampuan mengatasi segala tantangan dakwah secara maksimal.²³

Kedua, jurnal karya Abrori dan M. Sofyan Alnashr yang berjudul “Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa adanya perkembangan teknologi, pembangunan, dan budaya mengakibatkan perubahan dalam pola dan gaya hidup masyarakat. Supaya ajaran Islam tetap menjadi pedoman masyarakat, maka aktualisasi metode dakwah menjadi sebuah keharusan. Metode dakwah di era milenial telah dilakukan dengan memanfaatkan berbagai macam teknologi sehingga mampu menyasar generasi milenial. Dakwah digital termasuk salah satu metode yang banyak digunakan oleh dai milenial untuk mendekatkan masyarakat pada dakwah keislaman.²⁴

Ketiga, artikel berjudul “Perubahan Dakwah Di Era Digital” karya Ilham Putri Andini, Fahma Nurul Hami, dan Andhita Risko Faristiana. Kesimpulan dari penelitian ini adalah berubahnya cara dan metode dakwah dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Sementara tantangan dan permasalahan dakwah di era digital diakibatkan oleh peradaban masyarakat yang terus berkembang. Secara tidak sadar masyarakat telah dipaksa untuk mengikuti perkembangan dan perubahan zaman. Dakwah yang sebelumnya hanya

²³ A. Rafik, ‘Problematika Dakwah Di Dunia Maya’, *Syi’ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 6.1 (2023), 1–8 <<https://doi.org/10.37567/syiar.v6i1.561>>.

²⁴ Abrori and M. Sofyan Alnashr, ‘Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat’, *Mu’ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1.1 (2023), 29–40 <<https://doi.org/10.35878/muashir.v1i1.768>>.

dilakukan dengan pendekatan tekstual, kini harus menyesuaikan dengan konteks yang dihadapi masyarakat saat ini. Oleh sebab itu, para dai harus bisa mengajak generasi milenial untuk memanfaatkan media sosial agar tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga tempat untuk berdakwah.²⁵

Berangkat dari dialektikan di atas, lantas melahirkan sebuah pertanyaan apa saja tantangan dan problem dakwah di era digitalisasi ini? Bagaimana seharusnya etika seorang dai dalam menyampaikan dakwahnya di media sosial menurut pandangan Islam dan kearifan lokal? Tujuan penelitian ini ingin mengkaji sejauh mana tantangan dan problem dakwah di media sosial, mengingat semakin pesatnya kemajuan teknologi dan informasi tentu dakwah pasti akan mengalami transformasi dan tantangan baru sesuai dengan kemajuan zaman. Selain itu, ingin mengetahui bagaimana seharusnya etika seorang pendakwah di media sosial dalam menyampaikan materi dakwahnya, baik kepada masyarakat yang hadir maupun netizen dalam pandangan Islam dan kearifan lokal.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan kajian pustaka yang mengadopsi sebagian besar teknik penelitian kualitatif. Sumber data utamanya adalah kajian literatur ilmiah berupa buku, kitab kuning, dan jurnal yang membahas tentang problem dan tantangan serta nilai-nilai etika dalam berdakwah di media sosial. Penelitian ini tergolong penelitian konseptual dengan pendekatan normatif filosofis. Sementara metode analisisnya menggunakan deskriptif kualitatif dengan cara melakukan pengamatan, pengumpulan, dan pemaparan semua peristiwa serta data yang akan dianalisis. Secara praktis, metode analisis ini digunakan dalam sebuah penelitian atau studi yang dilakukan dengan cara mencari, menelusuri, atau menggali berbagai data dan sumber yang menjadi unit analisis, kemudian menyajikan data-data tersebut dalam bentuk naratif deskriptif.²⁶

²⁵ Ilham Putri Andini, Fahma Nurul Hamida, and Andhita Risko Faristiana, 'Perubahan Dakwah Di Era Digital', *Al-Adalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1.2 (2023), 302–14 <<https://doi.org/https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i2.375>>.

²⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), p. 39.

Hasil dan Pembahasan

Hal ini dapat mengurangi konflik dan meningkatkan harmoni dalam masyarakat. Melalui penelitian dan pengabdian, kita dapat mengembangkan solusi konkret untuk masalah-masalah terkait moderasi beragama, seperti radikalisasi, ekstremisme, dan intoleransi. Hasil penelitian dapat digunakan untuk mendukung pembuatan kebijakan yang mempromosikan moderasi beragama di tingkat pemerintah dan lembaga-lembaga lainnya. Penelitian dan pengabdian dapat berperan dalam pendidikan dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya moderasi beragama, membantu masyarakat untuk lebih sadar dan terlibat dalam upaya moderasi.

Media Sosial Sebagai Medan Dakwah; Problem dan Tantangannya

Perkembangan dunia teknologi di era globalisasi ini telah banyak mengubah tatanan kehidupan masyarakat yang sudah mapan.²⁷ Sebagai contoh, kemunculan media sosial sebagai akses komunikasi dan informasi virtual, memberikan keuntungan tersendiri bagi mereka yang ingin memperoleh informasi dan pengetahuan. Meskipun tidak semua teknologi informasi memberikan dampak positif, tetapi setidaknya setiap perubahan memiliki kelebihan dalam kehidupan manusia. Adapun hal yang paling berpengaruh dari kemajuan teknologi adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui, membaca, dan berbagi cerita, termasuk mempelajari ilmu agama melalui konten dakwah di media online. Dengan demikian, dakwah dan teknologi merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Hal tersebut bertumpu pada dakwah kontemporer yang mudah diterima oleh masyarakat.²⁸

Dewasa ini, fenomena dakwah melalui media sosial sudah menjadi sebuah tuntutan dan tren tersendiri. Kelebihan media sosial sebagai media komunikasi dakwah salah satunya karena jaringan internet mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya yang relatif terjangkau.²⁹ Masyarakat bisa

²⁷ Fauzi Syarief, 'Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisis Wacana Twitter SBY)', *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 8.3 (2017), 262–66 (p. 264) <<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v8i3.3092>>.

²⁸ Muh. Nur Latief, 'Dakwah Dalam Perspektif Media Sosial', *Jurnalisa; Jurnal Jurusan Jurnalistik*, 4.1 (2018), 61–75 <<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v4i1.5621>>.

²⁹ Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan, 'Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan', *Komunike; Jurnal Komunikasi*

memilih dengan leluasa pendakwah yang diinginkan. Namun, masyarakat juga perlu hati-hati mendengarkan ceramah para dai di platform media sosial, sebab tidak semuanya mengandung hikmah, melainkan ada juga yang mengandung provokasi, cacian, kecaman, hinaan, ancaman dan lain sebagainya. Dengan demikian, adanya teknologi dapat memberikan manfaat bagi kehidupan umat manusia sekaligus juga menjadi tantangan dakwah dalam arus perkembangan zaman.

Dalam penelitian Hendra dan Saputri memaparkan bahwa secara umum terdapat beberapa tantangan dakwah di media sosial, antara lain; [1] Tumbuhnya media sosial mainstream yang sekuler dan anti perdamaian. [2] Mayoritas media sosial dikuasai oleh kelompok radikal. [3] Minimnya kelompok moderat yang mengelola media sosial. [4] Dai aliran radikal lebih banyak pengikutnya dari pada dai moderat.³⁰ Menurut hemat penulis, semua tantangan ini menuntut para dai untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat dalam rangka menyadarkan masyarakat agar bisa mengikuti kelompok aliran moderat dan menguasai media sosial ditengah perkembangan zaman ini.

Selain tantangan dakwah di media sosial, terdapat beberapa problematika internal bagi aktivis dakwah, yaitu; *pertama*, gejala kejiwaan. Para aktivis dakwah juga manusia biasa yang memiliki sifat-sifat kemanusiaan, seperti sedih, kecewa, cemas, gelisah, senang, dan bangga. Dalam diri manusia terdapat banyak potensi yang bisa mengarah kepada kebaikan dan keburukan, tergantung bagaimana seseorang itu mampu mengendalikan ataukah justru terjerumus di dalamnya. Jika tidak dikelola dengan baik, maka gejala ini bisa menimbulkan dampak negatif dalam aktivitas dakwahnya, bahkan dalam kondisi tertentu bisa menghancurkan citra dakwahnya dan dirinya.³¹

Kedua, gejala syahwat. Sebenarnya syahwat ini merupakan potensi fitrah yang dikaruniakan Allah SWT kepada manusia, tetapi banyak manusia yang

Penyiaran Islam, 12.2 (2020), 210–34 (p. 220)
<<https://doi.org/https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>>.

³⁰ Tomi Hendra and Siti Saputri, 'Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Komunikasi Media Sosial', *Al-Hikmah; Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 7.1 (2020), 50–60 (pp. 57–58) <<https://doi.org/https://doi.org/10.15548/al-hikmah.v0i0.1473>>.

³¹ Nur Ahmad, 'Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi (Formulasi Karakteristik, Popularitas, Dan Materi Di Jalan Dakwah)', *At-Tabayir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.1 (2013), 19–44 (pp. 27–29) <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/addin.v8i2.600>>.

terpeleset ke dalam jurang kehinaan dan kemaksiatan karena menuruti keinginan syahwatnya.³² Bahkan, para aktivis dakwah juga memiliki peluang terjebak dalam gejolak syahwat. Gejolak syahwat ini muncul dengan sendirinya tanpa mengenal batas usia, meskipun akan tampak kuat terjadi pada manusia. Oleh sebab itu, bagi para pendakwah gejolak ini harus ditanggapi dengan serius, karena jika dibiarkan bisa menjerumuskan orang tersebut. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ
وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ (14) [آل عمران: 14]

Artinya: "Dijadikan indah pada pandangan manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang ternak dan sawah ladang, itulah kesenangan hidup di dunia dan di sisi Allah tempat kembali yang baik/surga." (Q.S. Ali Imran: 14)

Ketiga, gejolak amanah. Pertanyaan yang muncul saat kegiatan dakwah sering memancing gejolak kemarahan dalam jiwa para aktivis dakwah. Jika hal ini tidak bisa dikendalikan, maka akan memunculkan letupan, baik perkataan ataupun perbuatan. Dalam kondisi seperti ini hawa nafsu yang lebih dominan dan menguasai seseorang dibandingkan hatinya. Sehingga peranan seorang dai dibutuhkan untuk menyelesaikan permasalahan ini dengan keilmuan yang ia miliki dan tidak dibenarkan menyelesaikan persoalan dengan hawa nafsunya, sebab di satu sisi dia sebagai pendakwah merupakan perintah dari Allah SWT dan Rasulullah SAW.

Keempat, gejolak kecemburuan. Sebagai manusia, seorang pendakwah juga memiliki sifat cemburu. Banyaknya para pendakwah di dunia maya, tidak menutup kemungkinan terjadinya gesekan dan persaingan antar pendakwah, bisa jadi saling menjatuhkan dan menjelakkan satu sama lain. Oleh sebab itu, seorang dai harus mampu menahan gejolak ini dengan cara membentengi dirinya dengan ajaran tasawuf, kanaah, dan tawakal kepada Allah SWT. Di samping itu, seorang pendakwah harus mempunyai dua prinsip, yaitu naik tanpa menjatuhkan dan terkenal tanpa menjelekan.

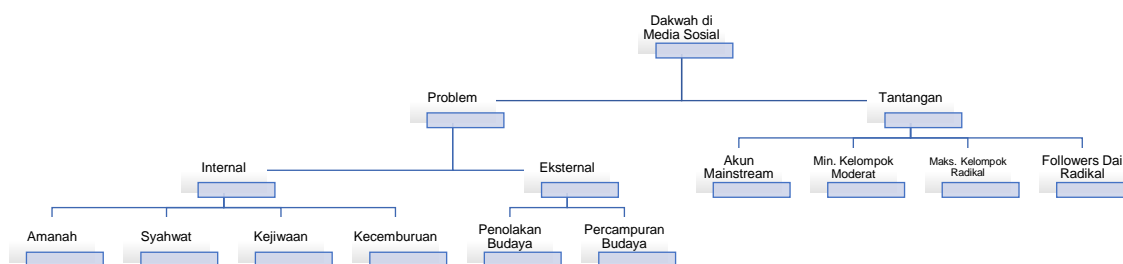
³² Cahyadi Takariawan, *Tegar Di Jalan Dakwah* (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2010), p. 10.

Lebih lanjut, Arifuddin dan Smabas mengatakan bahwa terdapat dua permasalahan dakwah yang dihadapi di era saat ini, yaitu;³³ *pertama*, penolakan budaya baru. Aktivitas dakwah akan selalu berhadapan dengan seorang dai dan masyarakat (*mad`u*). Saat terjadi interaksi, penentangan sikap dan respon penolakan tidak terelakan lagi, khususnya penolakan dari masyarakat. Misalnya, ketika seorang pendakwah menyampaikan pesan-pesan dakwah yang tergolong baru bagi masyarakat tertentu, maka budaya tersebut jelas mengancam budaya lama mereka. Budaya baru itu bisa berupa gagasan, tindakan, dan teori yang teraktualisasi dalam proses interaksi masyarakat. Hal inilah yang memicu terjadinya penolakan terhadap budaya baru.

Kedua, percampuran budaya. Era digitalisasi tidak hanya berpengaruh pada pola sistem informasi dan komunikasi. Lebih dari itu, konsekuensi terjadinya sebuah percampuran budaya global bisa berakibat pada fisik dan mental. Sarana informasi dan transportasi telah mempermudah hubungan antar budaya semakin cepat dan kuat. Dalam era globalisasi, hubungan antar manusia tidak hanya sebatas satu wilayah saja, tetapi bisa mencakup manusia di seluruh dunia. Kemudahan relasi dan interaksi antar sesama manusia dan berbagai komponen budaya menjadi bagian dari hubungan dakwah lintas budaya. Hal semacam ini yang memungkinkan terjadinya akulturasi antar budaya dan manusia.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah di media sosial pasti akan menghadapi beberapa problem dan tantangan. Secara umum, tantangan tersebut berupa munculnya media mainstream yang sekuler dan anti perdamaian, minimnya kelompok moderat yang mengelola media sosial, kelompok radikal banyak menguasai platform media sosial, dan pengikut dai radikal lebih banyak dari pada pengikut dai moderat. Sementara permasalahannya ada dua, yaitu; *pertama*, problem secara internal yang berkaitan dengan sifat kemanusiaan seorang pendakwah, seperti gejolak amanah, kejiwaan, syahwat, dan kecemburuan. *Kedua*, problem eksternal berupa penolakan budaya dan percampuran budaya.

³³ Acep Arifuddin and Sukriadi Smabas, *Dakwah Damai; Pengantar Dakwah Antar Budaya* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), pp. 19–22.

Gambar 1. Problem dan Tantangan Dakwah di Media Sosial

Etika Dakwah di Media Sosial Menurut Pandangan Islam

Kehadiran media sosial telah banyak memberikan kontribusi besar dalam semua aspek kehidupan manusia, baik dalam bidang sosial, budaya, politik, ekonomi, bahkan keagamaan.³⁴ Tetapi, realitanya penggunaan media sosial tidak diimbangi dengan sikap dan pengetahuan literasi yang baik. Sering kali keberadaannya dijadikan sebagai media instan tanpa melihat implikasi negatif,³⁵ sehingga hal ini dapat memicu berbagai problem dalam kehidupan sosial masyarakat.³⁶ Salah satu penyebabnya adalah karena media sosial sering digunakan sebagai media kebebasan berekspresi individu dalam konteks ruang publik di era digital.³⁷ Kondisi semacam ini meniscayakan pentingnya norma dan etika dalam penggunaan media sosial, tidak terkecuali dalam konteks sarana keagamaan, seperti aktivitas dakwah.

Penting disadari bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui ruang media sosial akan cepat menyebar dan diterima oleh publik. Semua pesan dakwah itu secara otomatis akan terdokumentasi dengan sendirinya di media online. Pada konteks inilah, para pendakwah harus selektif dalam bertutur kata,

³⁴ Nurul Istiani and Athoillah Islamy, 'Fikih Media Sosial Di Indonesia (Studi Analisis Falsafah Hukum Islam Dalam Kode Etik Netizmu Muhammadiyah)', *Asy-Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam*, 6.2 (2020), 202–25 (p. 203) <<https://doi.org/https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>>.

³⁵ Suyati, 'Dampak Media Sosial Terhadap Konflik Di Masyarakat', *PETIK; Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7.1 (2021), 30–36 (p. 30) <<https://doi.org/https://doi.org/10.31980/jpetik.v7i1.960>>.

³⁶ W. Akram and R. Kumar, 'A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society', *JCSE: International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5.10 (2018), 347–54 (p. 347) <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>>.

³⁷ Fahmi Anwar, 'Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial', *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1.1 (2017), 137–44 (p. 137) <<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>>.

agar tidak muncul kesalahan yang bisa berdampak pada tindakan yang melanggar hukum dan etika komunikasi dalam berdakwah. Karenanya, nilai etika dakwah menjadi sesuatu yang harus diprioritaskan oleh para aktivis dakwah di media sosial.³⁸

Sebelum jauh membahas nilai etika dakwah di media sosial, penting kiranya terlebih dahulu memahami bahwa Islam merupakan ajaran terakhir yang berlaku universal. Dengan kata lain, sebuah ajaran agama yang penerapannya selalu relevan dengan setiap zaman dan tempat. Namun, perlu disadari bahwa universalitas ajaran agama Islam tidak berarti terletak pada kedetailan ajarannya, melainkan terkait ajaran-ajaran universal yang ditekankannya, seperti nilai kemaslahatan, keadilan, dan fleksibilitasnya dalam menyikapi perkembangan kondisi kehidupan sosial umat Islam berikut berbagai problem yang menyertainya.³⁹ Demikian pula, dalam konteks dakwah di media sosial, Islam sebagai ajaran agama memiliki aturan-aturan yang dapat dijadikan nilai-nilai etika dalam menggunakan media sosial.⁴⁰

Nilai-nilai etika di atas tidak hanya berlaku pada dakwah online, tetapi juga berlaku pada dakwah offline. Ada beberapa etika yang harus dimiliki oleh seorang pendakwah menurut ajaran agama Islam, antara lain; *pertama*, ikhlas dan benar. Seorang pendakwah harus ikhlas menjalankan dakwahnya dan tidak boleh mengharap sesuatu kecuali ridho Allah SWT. Ikhlas dan benar merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan, tidak bisa dikatakan ikhlas apabila sebuah perbuatan menyimpang dari ketentuan syariat dan melanggar aturan agama.⁴¹ Selain ikhlas, dakwah di media sosial harus dilaksanakan secara benar, lurus, dan jujur. Dalam bahasa akhlak disebut *siddiq* yaitu jujur dan tidak curas.

Implementasi sifat *siddiq* dalam dakwah adalah dengan menyampaikan ajaran Islam secara jujur sesuai dengan ajaran Al-Qur`an dan Hadis serta teladan

³⁸ Ari Wibowo, 'Kebebasan Berdakwah Di Youtube: Suatu Analisis Pola Partisipasi Media', *Mawa'izh; Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 9.2 (2018), 224–38 (p. 226) <<https://doi.org/https://doi.org/10.32923/maw.v9i2.799>>.

³⁹ Athoillah Islamy, 'Landasan Filosofis Dan Corak Pendekatan Abdurrahman Wahid Tentang Implementasi Hukum Islam Di Indonesia', *Al-Adalah: Jurnal Hukum Dan Politik Islam*, 6.1 (2021), 51–73 (p. 61) <<https://doi.org/10.35673/ajmpi.v6i1.1245>>.

⁴⁰ Athoillah Islamy, 'Fatwa About Social Interaction on Social Media In The Paradigm Of Islamic Legal Philosophy', *Al-Mishbah; Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 15.2 (2019), 163–74 (p. 172) <<https://doi.org/https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol15.Iss2.159>>.

⁴¹ Ahmad Hadi Yasin, *Meraih Dahsyatnya Ikhlas* (Jakarta: PT Agromedia, 2010), p. 135.

dari ulama salaf yang memiliki aliran *Ahlus Sunnah Wal Jamaah* dan moderat. Untuk itu, para dai harus memperlus literasinya sebelum menuangkan gagasan dakwahnya di media sosial. Makna *siddiq* dalam dakwah bisa diartikan juga tidak mengandung unsur hoaks dalam menyajikan data atau fakta yang akan di bahas. Sebab, adakalanya seorang dai saat berdakwah kerap menanggapi persoalan-persoalan yang viral tanpa mengetahui secara pasti persoalan tersebut. Sehingga jika persoalan ini ditanggapi, maka bisa masuk dalam ranah ghibah dan fitnah dan keduanya masuk dalam kategori dosa besar.

Selain ghibah dan fitnah, sifat yang sering muncul bagi aktivis dakwah adalah ujub, yaitu sikap membanggakan diri sebab adanya sesuatu atau hal lain. Menurut Al-Junjani ujub adalah anggapan seseorang terhadap ketinggian dirinya, padahal ia tidak berhak dengan anggapan tersebut. Orang yang terkena penyakit ujub cenderung meremehkan orang lain dan dosa yang ia perbuat serta tidak merasa takut kepada Allah SWT. Bisyr bin Al-Harits mengatakan bahwa ujub terjadi ketika orang mengagungkan amal perbuatannya dan meremehkan amal perbuatan orang lain.

حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ، ثنا مُحَمَّدُ بْنُ إِسْحَاقَ، ثنا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى قَالَ سَمِعْتُ بِشَرَ بْنَ الْحَارِثِ يَقُولُ:
الْعُجْبُ أَنْ تَسْتَكْبِرَ عَمَلَكَ وَتَسْتَقِلَّ عَمَلَ النَّاسِ أَوْ عَمَلَ غَيْرِكَ

Artinya: “Ibrahim bin Abdullah bercerita kepada kami, Muhammad bin Ishaq bercerita kepada kami, Muhammad bin Al-Mutsanna bercerita, ia berkata: “Aku mendengar Bisyr bin Al-Harits (Al-Hafi) berkata: “Ujub adalah kau anggap banyak amalmu dan kau anggap sedikit amal manusia atau amal selainmu.”⁴²

Bukan hanya ujub, keikhlasan bisa ternodai ketika mencela diri sendiri dengan tujuan biar dianggap tawaduk dan ingin mendapatkan pujian dari orang lain sebab telah mengakui bahwa dirinya penuh kelalaian dan kesalahan. Sikap ini mayoritas dimiliki oleh orang yang pintar dan berfikir perfeksionis. Jenis sikap semacam ini merupakan penyakit emosional dan sosial yang terkadang sering dilupakan oleh kebanyakan orang.⁴³ Penjelasan ini senada dengan perkataan Imam Hasan Al-Bashri;

⁴² Imam Abu Nu’aim Al-Ashbahani, *Hilyatul Auliya’ Wa Thabaqatul Ashfiya’* (Beirut: Dar al-Fikr, 1974), p. Juz VIII, 49.

⁴³ Muhamad Gufron Muhamad, *Berburu Warisan Nabi Yusuf Dan Nabi Sulaiman* (Yogyakarta: Media Pressindo, 2015), p. 156.

مَنْ ذَمَّ نَفْسَهُ فِي الْمَالِ فَقَدْ مَدَحَهَا وَذَلِكَ مِنْ عِلَامَاتِ الرِّيَاءِ

Artinya: "Siapa yang menjelek-jelekan dirinya sendiri di hadapan orang-orang; sungguh dia telah memuji dirinya. Dan hal itu termasuk tanda-tanda riya'".⁴⁴

Kedua, sabar. Sikap sabar dalam berdakwah merupakan akhlak yang terpuji dan wajib dimiliki oleh seorang dai. Sebab, ia pasti akan berhadapan dengan berbagai cacian, hinaan, dan penolakan dari orang-orang yang tidak menyukainya. Kemajuan teknologi bisa dijadikan senjata untuk menjatuhkan seorang pendakwah dengan cara mencari kesalahan dakwahnya kemudian menyebarkan kepada publik melalui media sosial. Di sinilah perlunya kesabaran seorang dai dalam berdakwah di media sosial, mengingat beberapa pertimbangan sebagai berikut; [1] Penyebaran informasi yang cepat dan sangat mudah. [2] Tidak ada sesuatu yang privasi, siapapun bisa menyebarkan dan melihat postingan orang lain, meskipun terdapat pengaturan privasi di setiap akun media sosial. [3] Ada informasi yang belum pasti kebenarannya. [4] Potensi kekerasan melalui media sosial, seperti ejekan, ancaman, dan dipermalukan.⁴⁵ Fakta ini tentu memerlukan sikap kesabaran dari seorang dai agar tidak terpancing pada sikap atau komentar kontradiktif.

Dakwah akan selalu menghadapi situasi sulit, pahit, dan getir, sehingga butuh sifat ikhlas dan sabar sebagai senjata utama untuk menghadapi berbagai cobaan dalam berdakwah. Di samping itu, dakwah akan melewati perjalanan yang jauh, tingginya halangan, dan dahsyatnya tantangan dalam gerakan dakwah. Tanpa sikap sabar sangat mungkin dakwah Islam di awal perkembangannya akan mengalami stagnan. Generasi yang tidak sabar dalam berdakwah menyebarkan ajaran agama Islam, akan tergantikan dengan para dai yang lebih sabar dan konsisten menghadapi setiap cobaan dan ujian dalam berdakwah.

Ketiga, menghindari debat kusir. Media sosial sangat rentan menjadi tempat ajang perdebatan. Jauhnya jarak antara satu orang dengan orang lain membuat ikatan psikologis seseorang menjadi melemah, sehingga tidak segan untuk mengeluarkan kata-kata yang kasar dan kotor. Berdebat melalui media sosial harus mematuhi rambu-rambu yang telah ditetapkan oleh syariat. Etikanya harus

⁴⁴ Ibnu Al-Jauzy, *Manaqib Al-Hasan Al-Bashri* (Beirut: Dar al-Fikr, 1997), p. 364.

⁴⁵ Mastori and Islamy, p. 14.

tetap menggunakan perkataan lemah lembut dan menggunakan ucapan yang dapat menumbuhkan kesadaran hati untuk mengikuti kebenaran, tidak dengan perkataan kasar dan mencela. Jika tidak demikian, maka kebaikan dakwah akan tertutupi dengan keburukan akhlak.⁴⁶

Sejak awal, Islam tidak melarang debat selama mengandung manfaat dan dilakukan dengan tujuan untuk mencari kebenaran, bukan sekedar untuk mengadu argumentasi dan mencari kemenangan. Ada beberapa cara dalam berdebat di media sosial agar tetap sejalan dengan tujuan dakwah, antara lain; [1] Berdebat dengan niat ikhlas hanya karena mencari kebenaran dan ridho Allah SWT. [2] Menetapkan tujuan debat dengan dilandasi argumentasi yang kuat dan kokoh. [3] Debat hendaknya dilakukan dengan semangat ukhuwah Islamiah.⁴⁷

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa ketiga nilai-nilai etika dakwah ini sepatutnya menjadi pedoman dan prinsip seorang aktivis dakwah di media sosial. Menurut hemat penulis, selain ketiga etika dakwah tersebut para dai di media sosial harus mampu menguasai dua ilmu, yaitu; ilmu fikih untuk menjawab segala persoalan keagamaan, dan ilmu tasawuf untuk mengendalikan emosi dan hawa nafsu yang ada di dalam dirinya.⁴⁸ Bila dianalogikan ilmu fikih ibarat jasad dan ilmu tasawuf sebagai ruhnya. Keduanya harus dipadukan dan diamalkan secara bersamaan.⁴⁹ Hal ini sejalan dengan perkataan Imam Malik;

مَنْ تَصَوَّفَ وَلَمْ يَتَفَقَّهْ فَقَدْ تَزَنَّدَقَ وَمَنْ تَفَقَّهَ وَلَمْ يَتَصَوَّفْ فَقَدْ تَفَسَّقَ وَمَنْ جَمَعَ بَيْنَهُمَا فَقَدْ تَحَقَّقَ

Artinya: “Barang siapa (mempelajari) ilmu tasawuf, namun tidak mempelajari ilmu fiqh (syariat), maka akan berpotensi menjadi orang zindiq. Barang siapa yang belajar fiqh tanpa mempelajari tasawuf, maka cenderung akan menjadi orang fasiq. Barang siapa yang mempelajari keduanya, maka dialah ahli hakikat yang sesungguhnya.”⁵⁰

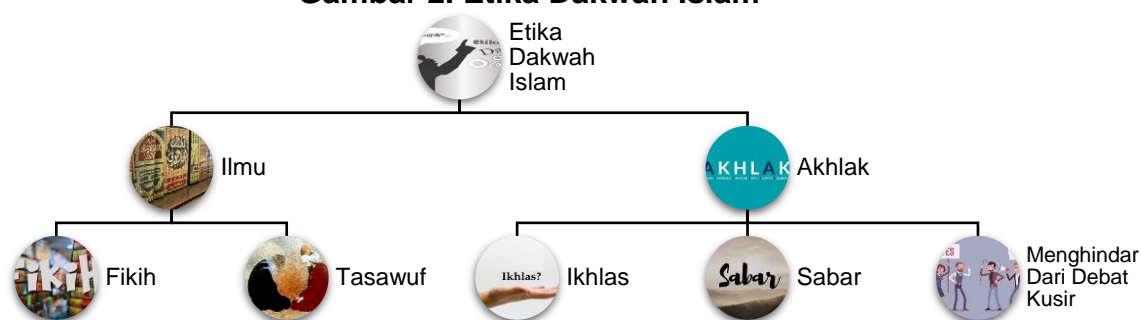
⁴⁶ Usman, 'Debat Sebagai Metode Dakwah (Kajian Dalam Perspektif Al-Qur'an)', *Al-Munir; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1.2 (2009), 76–98 (p. 79) <<https://doi.org/https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.667>>.

⁴⁷ Abdullah F Hasan, *Ucapan Yang Mengandung Murka Allah* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2020), p. 15.

⁴⁸ Hilmi Ridho and Mirwan, 'Reconciliation of Ulama and Umara in Socio-Political Conflict through Sufistic Approach', *Tribakti; Jurnal Pemikiran Keislaman*, 33.2 (2022), 345–58 <<https://doi.org/https://doi.org/10.33367/tribakti.v33i2.2007>>.

⁴⁹ Ahmad Muzakki, 'Pemikiran Fiqh Dan Tasawwuf Syekh Muhammad Nawawi Banten Dan Pengaruhnya Terhadap Moderasi Beragama Dan Perdamaian', *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 14.2 (2020), 381–98 (p. 388) <<https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v14i2.770>>.

⁵⁰ Ahmad bin Muhammad bin `Ajibah Al-Hasany, *Al-Futûhât Al-Ilâhiyyah Fî Syarhi Al-Mabâhits Al-Ashâliyyah* (Beirut: Dar al-Fikr, 1994), p. 64.

Gambar 2. Etika Dakwah Islam

Dakwah Bil Hikmah Perspektif Kearifan Lokal

Setiap masyarakat pasti memiliki identitas yang membedakannya dari masyarakat lain, yaitu kearifan lokal yang lahir dari nilai-nilai kemanusiaan dan ketulusan di tengah-tengah masyarakat. Karenanya, banyak nilai-nilai kearifan lokal yang selaras dengan ajaran agama, misalnya nilai penghormatan kepada orang lain, nilai kejujuran dan keadilan. Semua ini pada dasarnya merupakan bagian dari nilai-nilai Islam yang berasal dari wahyu. Di sinilah pentingnya pemahaman yang sempurna dari seorang pendakwah dalam mengemban misi dakwah di tengah-tengah masyarakat, baik melalui media sosial ataupun media konvensional. Sehingga dakwah semacam ini dikenal dengan istilah dakwah kultural.⁵¹

Sepintas penjelasan di atas bisa dipahami bahwa dakwah kultural merupakan sebuah upaya untuk mempromosikan pesan-pesan Islam kepada masyarakat tertentu dengan tetap memperhatikan realitas sosial yang ada dan memegang prinsip bagaimana caranya agar Islam tidak bertentangan dengan tradisi masyarakat yang diyakini secara turun-temurun. Sebagai media, budaya mempunyai proyeksi yang mengarah pada pencapaian kesadaran kualitas keberagamaan Islam, yang pada gilirannya mampu membentuk perilaku islami yang tidak menimbulkan gejolak sosial, tetapi justru memperkuat perkembangan sosial.⁵²

⁵¹ Abdul Wahid, 'Dakwah Dalam Pendekatan Nilai-Nilai Kearifan Lokal (Tinjauan Dalam Perspektif Internalisasi Islam Dan Budaya)', *Jurnal Dakwah Tabligh*, 9.1 (2018), 1–19 (p. 7) <<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/jdt.v19i1.5908>>.

⁵² Sahal Mahfud, *Nuansa Fiqh Sosial* (Yogyakarta: LKiS, 2003), p. 135.

Dakwah kultural berbasis hikmah bisa diartikan sebagai proses dakwah yang menegosiasikan antara ajaran Islam dengan budaya lokal, atau berdakwah dengan tetap menjunjung tinggi kearifan lokal masyarakat. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Al-Qahthany, bahwa hikmah dalam metode dakwah tidak terbatas hanya dengan perkataan lemah lembut, memberi nasihat, dan motivasi. Lebih dari itu, hikmah berarti *ta'lim* (mengajari), *tarbiyah* (mendidik), *mauidlah hasanah* (memberi nasihat yang baik), dan berdialog yang bijak.⁵³ Dakwah yang hikmah bisa dimaknai pula sebagai sebuah pergerakan seorang dai dengan mengadaptasikan ajaran Islam yang berbasis kelangitan bisa dibumikan dalam kehidupan empiris. Bila hal ini yang dipraktikkan, maka akan lahir sebuah parameter baru, yakni mengislamisasi kebudayaan dalam masyarakat.

Secara historis, Wali Songo adalah orang yang pertama kali menjadikan budaya sebagai instrumen dakwah untuk menyebarkan ajaran agama Islam di pulau Jawa. Mereka terlebih dahulu melakukan sebuah perencanaan yang matang, membuat pertimbangan yang strategis, dan menyesuaikan dengan budaya masyarakat (*mad'u*) yang akan dihadapinya.⁵⁴ Para wali berdakwah di pulau Jawa secara alami dan damai, tanpa kekerasan dan peperangan, sehingga mereka dikatakan *wicaksana, sugih srana lan waskita marang aqal lan alus*. Melihat strategi dakwah yang terencana seperti itu, maka cerita Wali Songo selalu akrab dengan suasana psikologis masyarakat Jawa. Hanya saja, dengan strategi dakwah yang demikian, penggunaan simbol dan tradisi yang mengakar di masyarakat menjadi sebuah keniscayaan.⁵⁵

Cara yang dilakukan oleh Wali Songo dalam berdakwah merupakan strategi yang bijak, sebab adat dan budaya masyarakat Indonesia sangat beragam. Sehingga dalam menyampaikan dakwahnya diperlukan cara yang sesuai dengan realitas yang ada, salah satunya menggunakan unsur-unsur dakwah non Islam dengan memodifikasinya menjadi unsur yang memiliki nilai-nilai keislaman. Dengan demikian, langkah yang ditempuh oleh Wali Songo hakikatnya adalah

⁵³ Sa'id Bin Ali bin Wahif Al-Qahthany, *Al-Hikmah Fi Al-Da'wah Ila Allah Ta'ala*, ed. by Mansyur Hakim, 1st edn (Jakarta: Gema Insani Press, 1994), p. 23.

⁵⁴ Wahyu Ilaihi and Harjani Hefni, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2007), p. 172.

⁵⁵ Andy Dermawan, *Metodologi Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: LeSFI, 2002), p. 171.

metode dakwah yang bijaksana, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an;

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ [النحل: 125]

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl [16]: 125).

Ayat di atas memberikan pengertian bahwa dakwah harus disampaikan dengan *bil hikmah*, yaitu bijaksana, santun, damai, lemah lembut, dan relevan dengan kondisi masyarakat. Dengan kata lain, nilai-nilai kearifan lokal yang menjadi tradisi masyarakat harus menjadi instrumen dakwah. Sudah semestinya dakwah harus bisa menyesuaikan dengan situasi dan perkembangan zaman. Pendekatan dakwah yang dilakukan tidak boleh lepas dari tiga metode dasar dakwah, di antaranya; *pertama; bil hikmah*. Dakwah perlu memperhatikan situasi dan kondisi dari objek dakwah (*mad'u*), sehingga audiens tidak merasa keberatan dan terpaksa dalam menjalankan ajaran syariat Islam. *Kedua, mauidlah hasanah*. Berdakwah dengan menyampaikan ajaran Islam dengan nasihat yang baik, tidak menebar kebencian dan memprovokasi, sehingga pesan dakwah bisa menyentuh hati masyarakat (*mad'u*). *Ketiga, mujadalah*. Berdakwah dengan cara dialog dan bertukar pikiran, tidak debat kusir, menjatuhkan dan menjelekkan.⁵⁶

Pemahaman ini selaras dengan pernyataan Didin Hafidhuddin bahwa makna *bil hikmah* pada ayat tersebut mengandung arti dakwah harus dilakukan dengan efektif, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.⁵⁷ Pernyataan ini diperkuat oleh Syarifuddin Jurdi, bahwa Islam sebagai agama wahyu, mengajarkan penganutnya untuk menyebarkan agama dengan cara hikmah dan bijaksana, supaya orang-orang bisa menerima nilai-nilai kemanusiaan dan kemaslahatan bagi manusia dan semesta alam.⁵⁸ Inilah Islam dalam konteks bahasa dakwah, tidak mengajarkan kekerasan pada umatnya, karena dakwah

⁵⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), p. 22.

⁵⁷ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani, 1998), p. 79.

⁵⁸ Syarifuddin Jurdi, *Sosiologi Islam Dan Masyarakat Modern* (Yogyakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), p. 86.

merupakan upaya luhur yang direfleksikan dengan praktik amaliah nyata oleh para dai dengan tujuan untuk memberikan arahan dan peringatan kepada masyarakat sesuai dengan konteksnya.

Menurut Afrizal Nur, praktik amaliah keagamaan seorang muslim moderat memiliki ciri-ciri sebagai berikut; *tawassuth* (mengambil jalan tengah), *tawazun* (seimbang), *i'tidal* (lurus dan tegas), *tasamuh* (toleransi), *musawah* (egaliter), *syura* (musyawarah), *ishlah* (reformasi), *aulawiyah* (mendahulukan yang prioritas), *tathawwur wa ibtikar* (dinamis dan inovatif), dan *tahadhdhur* (beradab).⁵⁹ Ciri-ciri ini harus dimiliki oleh seorang muslim, agar terpancar dalam dirinya karakter moderat yang menjadi inti dari ajaran agama Islam, lebih-lebih seorang aktivis dakwah di media sosial. Jika seorang dai mampu berdakwah dengan menerapkan semua prinsip-prinsip tersebut, maka sejatinya ia adalah seorang pendakwah moderat yang menjadi penerus perjuangan para ulama, sebagaimana teladan dakwah Wali Songo di pulau Jawa.

Dari pembahasan di atas bisa dipahami bahwa dakwah transformasi-moderasi di media sosial bertujuan untuk memberikan peluang bagi keanekaragaman interpretasi dalam praktik kehidupan beragama, sesuai dengan tradisi dan budaya masing-masing setiap daerah. Sehingga akan tampak ajaran Islam yang majemuk dan menghargai setiap budaya yang ada di Indonesia. Untuk itu, memahami dari uraian sebelumnya, penulis menyimpulkan sekurang-kurangnya ada lima karakter yang menjadi ciri khas seorang dai moderat di media sosial, di antaranya; *pertama*, kontekstual. Seorang dai harus bisa memahami karakteristik dakwah Islam yang sesuai dengan konteks zaman dan tempat. Perkembangan zaman dan perbedaan kondisi menjadi kunci pembaharuan ijtihad dan interpretasi.

Kedua, toleran. Kontekstualisasi dakwah pada saatnya akan membuat orang-orang sadar bahwa ijtihad dan penafsiran yang beragam bukanlah hal yang menyimpang, justru itulah bentuk elastisitas dan fleksibilitas dari ajaran agama Islam. Sehingga hal ini akan melahirkan pemahaman dan sikap toleransi terhadap interpretasi Islam. Lebih jauh lagi, kesadaran akan realitas konteks keislaman bisa

⁵⁹ Afrizal Nur and Mukhlis Lubis, 'Konsep Wasathiyah Dalam Al-Quran (Studi Komparatif Antara Tafsir Al-Tahrîr Wa at-Tanwîr Dan Aisar at-Tafâsîr)', *An-Nur*, 4.2 (2015), 205–25 (pp. 213–15).

membawa keharmonisan bagi para penganut agama Islam, bahkan antar pemeluk agama lain. Semangat keragaman inilah yang menjadi pilar lahirnya dakwah moderasi.

Ketiga, menghargai dan menjaga tradisi. Ketika menyadari Islam dibangun di atas tradisi lama yang baik, ini menjadi bukti bahwa Islam tidak selamanya memusuhi tradisi lokal. Memang sepatutnya tradisi tidak boleh dimusuhi, tetapi harus dirangkul dan dijadikan sarana sentralisasi nilai-nilai keislaman, sebab agama Islam perlu sebuah kerangka yang akrab dengan kehidupan pemeluknya. Sikap semacam ini sejalan dengan kaidah ushul fikih;

المُحَافَظَةُ عَلَى الْقَدِيمِ الصَّالِحِ وَالْأَخْذُ بِالْجَدِيدِ الْأَصْلَحِ

Artinya: “Menjaga tradisi lama yang baik dan mengambil tradisi baru yang lebih baik”⁶⁰

Keempat, progresif. Perubahan praktik keagamaan menunjukkan bahwa Islam menerima aspek progresif dari ajaran dan realitas yang dihadapinya. Perkembangan zaman jangan dipahami sebagai ancaman terhadap ajaran agama, tetapi pandanglah sebagai pendorong untuk melakukan respons kreatif secara intens. Dengan demikian, dakwah Islam dengan lapang bisa berdialog dengan budaya dan tradisi pemikiran orang lain, termasuk juga tradisi pemikiran Barat.

Kelima, berfikir luas. Islam tidak hanya berbicara soal ibadah dan sesuatu yang abstrak, melainkan juga membahas soal perjuangan melawan penindasan, keterbelakangan, kemiskinan, anarki sosial, dan lain sebagainya. Sehingga Islam dikenal sebagai ajaran agama yang mampu menjawab semua persoalan yang disuguhkan oleh peralihan zaman tanpa memandang etnik, suku, dan budaya. Oleh karena itu, seorang dai moderat harus memiliki keluasan ilmu agama untuk bisa menjawab persoalan-persoalan dakwah di media sosial. Dengan berfikir luas, Islam tidak akan kehilangan kemampuan untuk memikul peran *rahmatan lil `alamiin*.

⁶⁰ Ibrāhīm Muḥammad Maḥmūd Al-Harīri, *Al-Madkhal Ila Al-Qawā'id Al-Fiqhiyyah Al-Kulliyyah* (Oman: Dār al-'Ammār, 1997), p. 105.

Gambar 3. Karakteristik Dai Moderat di Era Digital

Simpulan

Dari semua pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa di era digitalisasi dakwah melalui media sosial sudah menjadi sebuah keniscayaan dan tren tersendiri, karena dakwah dan teknologi merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Berdakwah di media sosial akan menghadapi beberapa tantangan dan permasalahan. Secara umum tantangannya berupa munculnya media mainstream yang sekuler dan anti perdamaian, minimnya kelompok moderat yang mengelola media sosial, kelompok radikal banyak menguasai platform media sosial, dan pengikut dai radikal lebih banyak dari pada pengikut dai moderat. Sementara permasalahannya ada dua, yaitu; pertama, problem secara internal yang berkaitan dengan sifat kemanusiaan seorang pendakwah, seperti gejala amanah, kejiwaan, syahwat, dan kecemburuan. Kedua, problem eksternal berupa penolakan budaya dan percampuran budaya.

Menyikapi tantangan dan permasalahan dakwah di media sosial, maka seorang pendakwah harus menguasai ilmu fikih untuk menjawab segala persoalan keagamaan, dan ilmu tasawuf untuk mengendalikan emosi dan hawa nafsu yang ada di dalam dirinya. Di samping itu, ia harus berpedoman pada nilai-nilai etika dakwah dalam Islam, seperti ikhlas, sabar, dan menghindari debat kusir. Tidak hanya etika Islam yang diterapkan saat berdakwah, tetapi juga menghormati adat dan tradisi, agar bisa menjadi seorang dai moderat yang mampu memadukan dan mengadaptasikan etika dakwah Islam ke dalam nilai-nilai kearifan lokal masyarakat. Sekurang-kurangnya ada lima karakter yang menjadi ciri khas seorang dai moderat di media sosial, yaitu; kontekstual, toleran, menjaga tradisi, progresif, dan berfikir luas.

Daftar Pustaka

- Abrori, and M. Sofyan Alnashr, 'Aktualisasi Metode Dakwah Milenial Menghadapi Tantangan Perubahan Sosial Masyarakat', *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1.1 (2023), 29–40
<<https://doi.org/10.35878/muashir.v1i1.768>>
- Ahmad, Nur, 'Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi (Formulasi Karakteristik, Popularitas, Dan Materi Di Jalan Dakwah)', *At-Tabsyir; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.1 (2013), 19–44
<<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/addin.v8i2.600>>
- Akram, W., and R. Kumar, 'A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society', *JCSE: International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5.10 (2018), 347–54
<<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354>>
- Al-Ashbahani, Imam Abu Nu'aim, *Hilyatul Auliya' Wa Thabaqatul Ashfiya'* (Beirut: Dar al-Fikr, 1974)
- Al-Hariri, Ibrahīm Muḥammad Maḥmūd, *Al-Madkhal Ila Al-Qawā'id Al-Fiqhiyyah Al-Kulliyah* (Oman: Dār al-'Ammār, 1997)
- Al-Hasany, Ahmad bin Muhammad bin `Ajjabah, *Al-Futūḥāt Al-Ilāhiyyah Fī Syarhi Al-Mabāḥits Al-Ashāliyyah* (Beirut: Dar al-Fikr, 1994)
- Al-Jauzy, Ibnu, Manaqib *Al-Hasan Al-Bashri* (Beirut: Dar al-Fikr, 1997)
- Al-Qaḥṡany, Sa'id Bin Ali bin Wahif, *Al-Hikmah Fi Al-Da'wah Ila Allah Ta'ala*, ed. by Mansyur Hakim, 1st edn (Jakarta: Gema Insani Press, 1994)
- Andini, Ilham Putri, Fahma Nurul Hamida, and Andhita Risko Faristiana, 'Perubahan Dakwah Di Era Digital', *Al-Adalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1.2 (2023), 302–14
<<https://doi.org/https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i2.375>>
- Anwar, Fahmi, 'Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial', *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1.1 (2017), 137–44
<<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>>
- Arifuddin, Acep, and Sukriadi Smabas, *Dakwah Damai; Pengantar Dakwah Antar Budaya* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007)
- Aripuddin, Acep, *Pengembangan Metode Dakwah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011)

- Asmar, Afidatul, 'Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru Dan Dakwah', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40.1 (2020), 54–64 <<https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>>
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2015)
- Burhanudin, Aan Mohamad, Yayah Nurhidayah, and Ulfa Chaerunisa, 'Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender)', *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10.2 (2019), 236–46 <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24235/orasi.v10i2.5658>>
- Darajat, Zakiya, 'Muhammadiyah Dan NU: Penjaga Moderatisme Islam Di Indonesia', *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 1.1 (2017), 79–94 <<https://doi.org/10.21009/hayula.001.1.05>>
- Dermawan, Andy, *Metodologi Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: LeSFI, 2002)
- Deslima, Yosieana Duli, 'Kontroversi Komunikasi Dakwah Ustadz Yusuf Mansur Tentang Sedekah Di Media Youtube' (Tesis, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2023)
- Dhora, Sony Tian, Ofi Hidayat, M. Tahir, Andi Asy'hary J. Arsyad, and Ahmad Khairul Nuzuli, 'Dakwah Islam Di Era Digital: Budaya Baru “e-Jihad” Atau Latah Bersosial Media', *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17.1 (2023), 306–20 <<https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>>
- Hafidhuddin, Didin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani, 1998)
- Hasan, Abdullah F, *Ucapan Yang Mengandung Murka Allah* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2020)
- Hendra, Tomi, and Siti Saputri, 'Tantangan Dakwah Dalam Arus Perkembangan Komunikasi Media Sosial', *Al-Hikmah; Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 7.1 (2020), 50–60 <<https://doi.org/https://doi.org/10.15548/al-hikmah.v0i0.1473>>
- Hosseini, Seyed Ebrahim, Abdollatif Ahmadi Ramchahi, and Raja Jamilah Raja Yusuf, 'The Impact of Information Technology on Islamic Behaviour', *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 1.5 (2014), 135–41
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)
- Ilaihi, Wahyu, and Harjani Hefni, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Kencana,

- 2007)
- Islamy, Athoillah, 'Fatwa About Social Interaction on Social Media In The Paradigm Of Islamic Legal Philosophy', *Al-Mishbah; Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 15.2 (2019), 163–74 <<https://doi.org/https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol15.Iss2.159>>
- , 'Landasan Filosofis Dan Corak Pendekatan Abdurrahman Wahid Tentang Implementasi Hukum Islam Di Indonesia', *Al-Adalah: Jurnal Hukum Dan Politik Islam*, 6.1 (2021), 51–73 <<https://doi.org/10.35673/ajmpi.v6i1.1245>>
- Istiani, Nurul, and Athoillah Islamy, 'Fikih Media Sosial Di Indonesia (Studi Analisis Falsafah Hukum Islam Dalam Kode Etik Netizmu Muhammadiyah)', *Asy-Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam*, 6.2 (2020), 202–25 <<https://doi.org/https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>>
- Jurdi, Syarifuddin, *Sosiologi Islam Dan Masyarakat Modern* (Yogyakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
- Khoiruddin, 'Aktualisasi Dakwah Dalam Perspektif Transformasi Sosial', *Al-Misbah*, 8.1 (2012), 123–34
- Latief, Muh. Nur, 'Dakwah Dalam Perspektif Media Sosial', *Jurnalisa; Jurnal Jurusan Journalistik*, 4.1 (2018), 61–75 <<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v4i1.5621>>
- Liang, Christina Schori, 'Cyber Jihad: Understanding and Countering Islamic State Propaganda', *GCSP Policy Paper*, 2.4 (2015), 1–12
- Mahfud, *Sahal, Nuansa Fiqh Sosial* (Yogyakarta: LKiS, 2003)
- Mastori, and Athoillah Islamy, 'Menggagas Etika Dakwah Di Ruang Media Sosial', *Komunikasi: Journal of Islamic Communication & Broadcasting*, 1.1 (2021), 1–18
- Muhajir, Afifuddin, *Membangun Nalar Islam Moderat: Kajian Metodologis* (Situbondo: Tanwirul Afkar, 2018)
- Muhamad, *Muhamad Gufron, Berburu Warisan Nabi Yusuf Dan Nabi Sulaiman* (Yogyakarta: Media Pressindo, 2015)
- Muhyiddin, Asep, and Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2002)
- Muzakki, Ahmad, 'Pemikiran Fiqh Dan Tasawwuf Syekh Muhammad Nawawi Banten Dan Pengaruhnya Terhadap Moderasi Beragama Dan Perdamaian',

- LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 14.2 (2020), 381–98 <<https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v14i2.770>>
- Muzzammil, Faisal, 'Moderasi Dakwah Di Era Disrupsi (Studi Tentang Dakwah Moderat Di Youtube)', *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 15.2 (2021), 109–29 <<https://doi.org/10.38075/tp.v15i2.175>>
- Nur, Afrizal, and Mukhlis Lubis, 'Konsep Wasathiyah Dalam Al-Quran (Studi Komparatif Antara Tafsir Al-Tahrîr Wa at-Tanwîr Dan Aisar at-Tafâsîr)', *An-Nur*, 4.2 (2015), 205–25
- Qothafi, Muhammad, 'Hate Speech Dalam Konten Dakwah Gus Nur Di Youtube Munjiat Channel' (Skripsi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Wali Songo, Semarang, 2022)
- Rafik, A., 'Problematisa Dakwah Di Dunia Maya', *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 6.1 (2023), 1–8 <<https://doi.org/10.37567/syiar.v6i1.561>>
- Rahmawati, Fitri, 'Konsep Dakwah Moderat: Tinjauan Ummatan Wasathan Dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah:143', *Studia Quranika*, 6.1 (2021), 51–67 <<https://doi.org/10.21111/studiquran.v6i1.5570>>
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012)
- Ridho, Hilmi, 'Membangun Toleransi Beragama Berlandaskan Konsep Moderasi Dalam Al-Qur'an Dan Pancasila', *An-Natiq: Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 1.1 (2021), 92–105 <<https://doi.org/10.33474/an-natiq.v1i1.9069>>
- Ridho, Hilmi, and Mirwan, 'Reconciliation of Ulama and Umara in Socio-Political Conflict through Sufistic Approach', *Tribakti; Jurnal Pemikiran Keislaman*, 33.2 (2022), 345–58 <<https://doi.org/10.33367/tribakti.v33i2.2007>>
- Ridho, Hilmi, and Afif Sabil, 'Jihad In The Name Of God; An Examination Of The World's Religious Fundamentalism and Radicalism Movement', *An-Natiq; Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 3.2 (2023), 110–20 <<https://doi.org/10.33474/an-natiq.v3i2.19729>>
- Rochmatin, Rizky Nur Lilis, 'Ujaran Kebencian Dalam Ceramah Habib Bahar Bin Smith Di Media Sosial Youtube Perspektif Neopragmatisme Richard Rorty'

- (Skripsi, Studi Akidah dan Filsafat, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019)
- Rosyidi, Imron, Zaenal Mukarom, and Rif'at Fatkhurrohman Jaelani, 'Social Media Da'wah Literacy on the West Java Saber Hoaks Program', *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 15.1 (2021), 81–102 <<https://doi.org/10.15575/idajhs.v15i1.12596>>
- Rubawati, Efa, 'Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah', *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2.1 (2018), 126–42 <<https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.510>>
- Rustandi, Ridwan, 'Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam', *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3.2 (2019), 84–95 <<https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>>
- Suyati, 'Dampak Media Sosial Terhadap Konflik Di Masyarakat', *PETIK; Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7.1 (2021), 30–36 <<https://doi.org/https://doi.org/10.31980/jpetik.v7i1.960>>
- Syaifuddin, and Moh. Ali Aziz, 'Dakwah Moderat Pendakwah Nahdlatul Ulama (Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah)', *Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 15.1 (2020), 1–18 <<https://doi.org/https://doi.org/10.24952/hik.v15i1.3248>>
- Syarief, Fauzi, 'Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisis Wacana Twitter SBY)', *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 8.3 (2017), 262–66 <<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v8i3.3092>>
- Takariawan, Cahyadi, Tegar *Di Jalan Dakwah* (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2010)
- Thaib, Erwin Jusuf, 'Problems of Social Media in Gorontalo City Communities', *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 13.1 (2019), 37–53 <<https://doi.org/10.15575/idajhs.v12i1.4412>>
- Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan, 'Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan', *Komunike; Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12.2 (2020), 210–34 <<https://doi.org/https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>>
- Usman, 'Debat Sebagai Metode Dakwah (Kajian Dalam Perspektif Al-Qur'an)', *Al-Munir; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1.2 (2009), 76–98 <<https://doi.org/https://doi.org/10.15548/amj-kpi.v0i0.667>>

- Wahid, Abdul, 'Dakwah Dalam Pendekatan Nilai-Nilai Kearifan Lokal (Tinjauan Dalam Perspektif Internalisasi Islam Dan Budaya)', *Jurnal Dakwah Tabligh*, 9.1 (2018), 1–19 <<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/jdt.v19i1.5908>>
- Wibowo, Ari, 'Kebebasan Berdakwah Di Youtube: Suatu Analisis Pola Partisipasi Media', *Mawa'izh; Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 9.2 (2018), 224–38 <<https://doi.org/https://doi.org/10.32923/maw.v9i2.799>>
- Yasin, Ahmad Hadi, *Meraih Dahsyatnya Ikhlas* (Jakarta: PT Agromedia, 2010)